

Resumen ejecutivo

El objeto social del plan de negocio es el desarrollo de una actividad económica amigable con el medio ambiente, que mitigue parte de la problemática de mismo, generada de las malas prácticas industriales y empresariales. Además de explorar nuevos nichos de mercado potencial que permitan a la economía local disminuir índices de desempleo.

La oferta de Nature & Cloth ind es la comercialización de blazer para mujeres elaborados con eco telas, el proceso productivo de estos blazers se basa en el método upcycling el cual consiste en el reciclaje de productos sin uso, para dar un valor incluso mayor al del producto original buscando satisfacer no solo necesidades sociales sino también medioambientales. Se busca fidelizar a cada uno de los clientes al ofertarle un producto que cumple con los más altos estándares de calidad establecidos en la confección de prendas con el valor agregado de la exclusividad.

En cuanto a su ejecución, el proyecto tendrá una inversión inicial de \$19.000.000 de pesos, se estima que la inversión se recupere en el segundo año y se empezará a implementar a partir del año 2018, puesto que es el tiempo para el desarrollo de las diferentes etapas que conlleva un proyecto de esta envergadura. Se analizará su factibilidad financiera, administrativa y comercial, al tiempo que se aplicarán soluciones óptimas y oportunas para corregir cualquier tipo de desviación que ocurra durante todo el proceso teórico. De hecho, el proceso de investigación de mercados, y como tal, el proceso de mercadeo tomará una parte considerable de tiempo (comparándolo con los otros procesos) debido a que se considera, en absoluto esencial, el buen desarrollo y análisis en este proceso ya que gracias a esto se conseguirá en el largo plazo el objeto social y el pilar del valor compartido propuesto.

Como conclusión se puede afirmar que la idea de negocio es viable determinada y validada por herramientas empresariales desarrolladas por la cámara de comercio de Bogotá, ya que satisface varios requerimientos dentro del desarrollo del mismo y presenta una propuesta de valor innovadora, así como presenta una tasa de retorno del

101 % considerada elevada, justificada y estimada por la propuesta de valor que se busca implementar y sus bajos costos.

La compañía deberá trabajar fuertemente en el posicionamiento de la marca y en la optimización de su estructura financiera para obtener mejores resultados, así como desarrollar alianzas estratégicas con empresas y expertos del sector para crecer dentro del mercado y ganar experiencia dentro del mismo.

Nature Cloth Ind.

NICOLAS RICARDO QUIJANO ROJAS

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá –
UNIEMPRESARIAL
Plan de negocio
Administración de Empresas
Bogotá D.C.
2017

Proyecto de Emprendimiento
Nature Cloth Ind.

Presentado por:
NICOLAS RICARDO QUIJANO ROJAS

Presentado a:
JUAN CARLOS CATUMBA

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá –
UNIEMPRESARIAL
Plan de negocio
Administración de Empresas
Bogotá D.C.
2017

Abstract

The corporate purpose of the plan of business is the development of an economic textile amicable activity with the environment in addition to explore new niches of potential market that allow the local economy to diminish indexes of unemployment. The offer of Nature and Cloth ind is the commercialization of blazer for women, the productive process of these blazers is based on the method upcycling. As for his execution, the project will start implementing from the year 2018 since it is the time for the development of the different stages that carries a project of this importance. There will be analyzed his financial, administrative and commercial feasibility, at the time that there will be applied ideal and opportune solutions to correct any type of diversion that happens during the whole theoretical process.

Since conclusion can steady that the idea of business is viable since it satisfies several requirements inside the development of the same one and presents an innovative offer of value, as well as he presents a rate of return of 101 % considered high, well-taken and estimated by the offer of value that seeks to be implemented and his low costs. The company will have to be employed strongly at the positioning of the brand and at the optimization of his financial structure to obtain better results, as well as develop strategic alliances with companies and experts of the sector to grow inside the market and to gain experience inside the same one.

Introducción

Este plan de negocio está motivado y orientado a mitigar parte de la problemática medio ambiental por la que está atravesando el planeta, generada de las malas prácticas industriales y empresariales, así mismo por la mala gestión de los recursos naturales que deriva en una insostenibilidad de la vida y la conservación.

El "supra-reciclaje" es la combinación de dos de las tres primeras "erres del ecologismo": reducción de consumo de nuevos productos y materias primas y su reutilización los objetos logran una segunda vida, diferente e incluso mejor a la original. Además de lograr que los consumidores desarrollen nuevas ideas y logren disminuir sustancialmente costos lo que lleva a un nivel más óptimo de gestionar los recursos de una compañía. Por lo cual dadas las condiciones ambientales recientes el mundo empresarial ha incursionado en nuevas alternativas para innovar, siendo pioneros los europeos con marcas como H&M en el sector textil los que han dado el paso para incorporar este concepto de supra reciclaje dentro de su modelo de negocio.

Por otra parte, se encontró que el medio ambiente también agradece las buenas políticas de administración y gestión de sus recursos como el manejo de los residuos y la disminución de gasto de materias vírgenes, ya que el problema más fuerte que enfrenta el sector textil es la contaminación y el desgaste de recursos

Es por ello, que Nature&Cloth Ind busca beneficio propio, el beneficio de la sociedad y del medio ambiente actuando por medio de la innovación corporativa, tecnológica u otras que se puedan aplicar.

Objetivos del plan de negocio

General:

Validar la idea de negocio en pro de generar recursos a través de la comercialización de prendas de vestir implementando el valor compartido hacia el medio ambiente y la comunidad buscando el mejoramiento de las condiciones de vida actual.

Específicos:

- Aprender de experiencias pasadas a través de Benchmarking que se hayan implementado en el objeto social a desarrollar.
- Desarrollar un plan de mercadeo que permita generar ingresos necesarios para comercializar sus productos.
- Desarrollar plan financiero proyectado a 3 años.
- Buscar socios estratégicos mediante el plan de negocio que aporten valor al proyecto.
- Establecer la idoneidad de los cargos que intervendrán dentro del funcionamiento de la compañía.

Justificación

El planeta como muy bien se sabe atraviesa un duro periodo medioambiental, es por ello que el manejo sostenible del medio ambiente y sus recursos es un factor determinante no solo para el ámbito económico sino para el desarrollo del bienestar de la humanidad.

Por tales motivos una administración eficiente y consciente de recursos puede sentar bases y precedentes para el tan anhelado crecimiento sostenido e inclusivo y que así mismo contribuya a la reducción de la pobreza y desigualdad.

Sin embargo, la integridad y la funcionalidad de estos activos naturales se ven cada vez más comprometidas según cifras por estudios del Banco Mundial entre el 60% y 70% de los ecosistemas y recursos naturales están seriamente comprometidos en un proceso de degradación más importante que el de su recuperación. La mala administración y políticas equivocadas dentro de la gestión de estos recursos provocan no solo importantes pérdidas económicas sino también pérdidas de patrimonio cultural y humanitario.

Es por ello que el enfoque de Nature & Cloth ind. Está dirigido a contribuir a la mitigación de este problema que involucra la conservación digna y sana de la vida no solo mediante la comercialización de sus productos sino a través de la capacitación y construcción de consciencia dirigida al instinto de conservación además de promover con su ejemplo, nuevas tendencias y/o caminos para generar desarrollo ecológico y social derivadas de ideas y técnicas innovadoras que fomenten la formación y capitalización de nuevos emprendimientos que contribuyan al desarrollo económico de una manera eficiente y responsable.

Orientación al lector

El presente plan de negocios esta estructurados y fundamentado bajo ocho módulos formulados y recomendados por la cámara de comercio de Bogotá, en los cuales se podrá analizar en un orden consecutivo. Para iniciar se encuentra la definición del negocio y la descripción del equipo emprendedor, seguidamente encontrará el módulo de mercadeo en donde se analiza el mercado en que se quiere incursionar, a continuación, se expondrá el tópico de producción y las políticas de calidad bajo las cuales se regirá el negocio, posteriormente encontrará la conformación de la organización y la gestión del personal en donde podrá visualizar los perfiles laborales de la compañía, posterior a esto verá el ámbito jurídico que recae sobre la empresa en donde visualizara factores como forma jurídica, seguridad social y obligaciones tributarias. Conexo podrá ver el resumen de los datos financieros más relevantes del proyecto, por último, encontrará un análisis general del plan de negocios.

Tabla De Contenido

Resumen ejecutivo	1
Abstract.....	5
Introducción.....	6
1. Presentación.....	14
1.1. Definición del Negocio.....	14
1.2. Descripción del Equipo de Emprendedor.....	14
2. Mercadeo	16
2.1 Productos y/o servicios.....	16
2.2 Mercado	16
2.3 Competencia.....	23
2.4 Precio.....	24
2.5 Distribución.....	24
2.6 Promoción	24
2.7 Proyección de ventas.....	25
3. Producción Y Calidad.....	26
3.1 Producción y prestación de servicios	26
3.2 Calidad	26
3.3 Equipos e infraestructura.....	28
3.4 Seguridad en el trabajo y medio ambiente	28
4 Organización y gestión	31
4.1 Planificación y temporización.....	31
4.2 Plataforma estratégica organizacional	33
4.3 Gestión de personal.....	34
5 Jurídico y tributario	39
5.1 Determinación de la forma jurídica.....	39
5.2 Aspectos laborales	40
5.3 Modalidades contractuales.....	40
5.4 Impuestos	41
5.5 Permisos, licencias y documentación oficial	41
6. Financiero	42
6.1 Sistema de cobros y pagos.....	42

6.2 Resumen datos financieros	42
7. Valoración	50
8. Anexos	51
Bibliografía	62

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1 Balanza comercial prendas de vestir (DIAN-DANE, elaboración DNP)	17
Ilustración 2 Distribución geográfica industria textil en Colombia (Ascoltex 2009)	17
Ilustración 3 Eslabones de bienes finales (DNP)	18
Ilustración 4 Evolución de producción textil y confecciones (Anif en base a datos del Dane)	18
Ilustración 5 proyección de ventas en millones de pesos	25
Ilustración 6 Diagrama de producción (PROPIA, 2017)	26
Ilustración 7 Proceso Gestión de Calidad (PROPIA, 2017)	27
Ilustración 8 Organigrama de la empresa	35
Ilustración 9 Composición de la inversión	43
Ilustración 10 Composición costos fijos	44
Ilustración 11 indicadores de liquidez	46
Ilustración 12 Punto de equilibrio vs ventas	48
Ilustración 13 Analisis DOFA	50

Listado de Tablas

Tabla 1 Comparación con la competencia	24
Tabla 2 Proyecciones de venta años 1,2 y 3.....	25
Tabla 3 Planeación de ventas	31
Tabla 4 Planificación de la inversión	31
Tabla 5 Nomina	38
Tabla 6 Costo registro mercantil cámara comercio	40
Tabla 7 Comportamiento cartera	42
Tabla 8 Resumen inversión	42
Tabla 9 Composición de costos fijos	43
Tabla 10 Margen de contribución	44
Tabla 11 Proyección estado de resultados.....	44
Tabla 12 Balance general proyectado	45
Tabla 13 Flujos de caja proyectados años 1,2 y 3	47

1. Presentación

1.1. Definición del Negocio

La compañía Nature&Cloth Ind busca brindar ayuda a la problemática medioambiental y social, siendo ésta un símbolo propio de Colombia. Razón por la cual, compañía tendrá dentro de sus pilares la creación de valor compartido por medio de las alianzas estratégicas.

El objeto social del plan de negocio es el desarrollo de una actividad económica textil amigable con el medio ambiente, además explorar nuevos nichos de mercado potencial que permitan a la economía local disminuir índices de desempleo.

La oferta de Nature & Cloth ind es la fabricación y comercialización de blazer para mujeres, el proceso productivo de estos blazers se basa en el método upcycling el cual consiste en el reciclaje de productos sin uso para darles un valor incluso mayor al del producto original buscando satisfacer no solo necesidades sociales sino también medioambientales.

El valor agregado, adicional a la absoluta integridad, calidad y exclusividad del producto ofrecido al consumidor final, estará acompañada por una eficiente gestión administrativa, comercial y financiera siempre buscando el bienestar tanto de la comunidad, el medio ambiente y de la compañía.

1.2. Descripción del Equipo de Emprendedor

Nicolás Ricardo Quijano Rojas

Administrador de Empresas con experiencia en licitaciones públicas y área comercial de la empresa G|EXPONENCIAL CONSULTORES SAS, así mismo como gestor de calidad en procesos industriales textiles INDUSTRIA TEXTIL NERPEL SAS. Apasionado por los números y la administración, amante de la vida y del respeto por las personas siempre en pro de una plenitud humana trascendente, así como del bienestar público y de la empresa. El rol a desempeñar dentro de la compañía es Gerente

Financiero con el aprovechamiento de los conocimientos y en dirección al crecimiento institucional.

2. Mercadeo

2.1 Productos y/o servicios

Blazer para mujer a base de eco telas derivadas de la técnica upcycling siendo estos productos de mayor valor ofrecidos al mercado. Sus colores y diseños son extraordinarios ya que se puede observar en ellos una gran técnica de pasión por el detalle, el instinto de conservación y solución del medio ambiente; así como el desarrollo de objetivos sostenibles para la sociedad.

2.2 Mercado

2.2.1 Situación de mercado

En Colombia a lo largo de la historia el sector textil ha tenido un papel protagónico y ha estado dentro de los sectores con mejor desempeño del país, debido a que es una de las fuentes más poderosas en la dinámica de generar de empleos a través de buenas estrategias empresariales y un poderoso aporte industrial en el territorio nacional.

A nivel global el sector textil entra dentro del catálogo de productos para el consumo masivo y que de la mano del desarrollo de tecnologías a través del paso de los años ha tenido una participación importante dentro de los estados y/o empresas que han tomado la decisión de desarrollar esta actividad económica y que como consecuencia han convertido el sector en una base de las economías locales y globales.

Cabe resaltar que para el particular caso de nuestro país la industria ha tenido un rol muy frágil por conceptos como contrabando, informalidad, ausentismo de medidas y/o políticas que protejan la producción nacional y estimulen procesos de exportación lo que disminuye con contundencia factores como competitividad a la industria.

Como podremos evidenciar en la siguiente ilustración el impacto de dichas falencias proteccionistas del mercado nacional la balanza claramente ha entrado en un escenario de favorecimiento a las importaciones

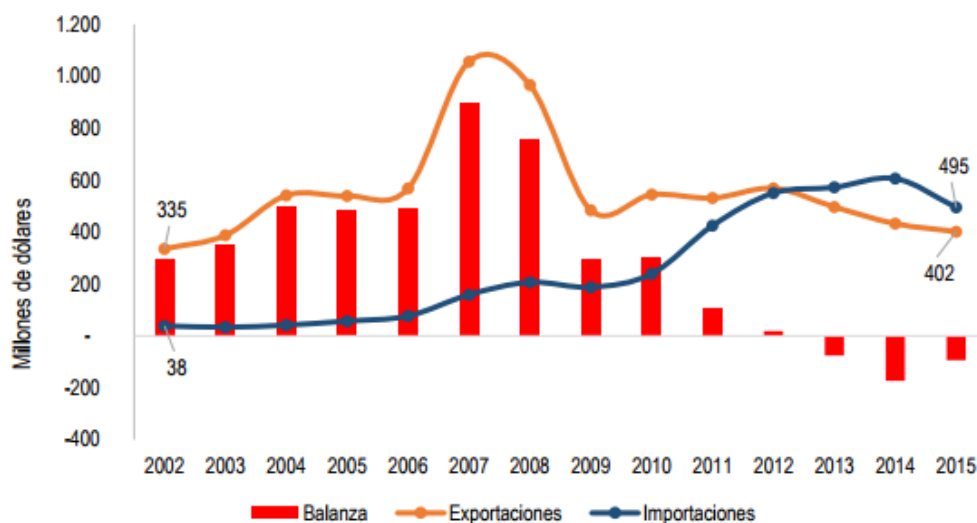


Ilustración 1 Balanza comercial prendas de vestir (DIAN-DANE, elaboración DNP)

A continuación, se hará referencia a la composición por distribución de la industria a nivel nacional:

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	% DE PARTICIPACIÓN
Medellín	64.4%
Bogotá	21.3%
Cali	3.2%
Risaralda	3.0%
Atlántico	2.8%
Caldas	1.3%
Resto del país	4.0%
Total	100%

Ilustración 2 Distribución geográfica industria textil en Colombia (Ascoltex 2009)

Como se puede ver en la ilustración la mayor participación la tiene Medellín y consecutivamente Bogotá por lo que plantea escenarios propicios para desarrollar esta actividad económica más eficientemente.

A continuación, cabe mencionar los diferentes eslabones que están incluidos en la cadena de bienes finales en la cadena del sector.

Eslabón	Bien Final
Prendas de Fibras Sintéticas y Artificiales	Abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, faldas, pantalones
Prendas de Lana y de Pelo Fino	Abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, faldas, pantalones
Prendas de Algodón	Abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, faldas, pantalones, jeans
Prendas de las demás Materias Textiles	Abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, faldas, pantalones
Ropa de Trabajo	Overoles para hombre, Uniformes de trabajo, delantales.
Prendas para Bebé	Vestidos, pañales de tela, prendas.
Ropa para Deporte	Sudaderas, trajes para practicar deporte, vestidos de baño
Accesorios para el Vestuario	Sombreros, gorros, corbatas y otros accesorios
Lencería para el Hogar	Cortinas, individuales, manteles, sábanas
Pasamanería	Estandartes y banderas, cintas, galones, hiladillos
Alfombras, Tapices y Hamacas	Tapetes, hamacas
Cordelería y Mallas	Piolas, pabillos, cables, cordones
Empaques de Material Textil	Sacos, talegos y bolsas
Otros Productos de Material Textil	Toldas y tiendas de campaña, vallas, fieltros
Hilos para Coser	Hilos para coser
Telas	Telas, entretelas y lonas

Ilustración 3 Eslabones de bienes finales (DNP)

En lo que reflejan las estadísticas para el primer semestre del año no es alentador ya que según el Dane la confección de prendas de vestir ha tenido una caída del 13%, así como las hilaturas y acabados del 19% respectivamente.

En concreto se enfrenta una problemática por cuenta de la revaluación del peso colombiano frente al dólar americano ya que según expertos en el mercado es la fuente del contrabando y la ilegalidad en la que se pone el sector ya que se usa como fachadas la creación de empresas textiles para legalizar y/o lavar dinero procedente de actividades ilícitas.

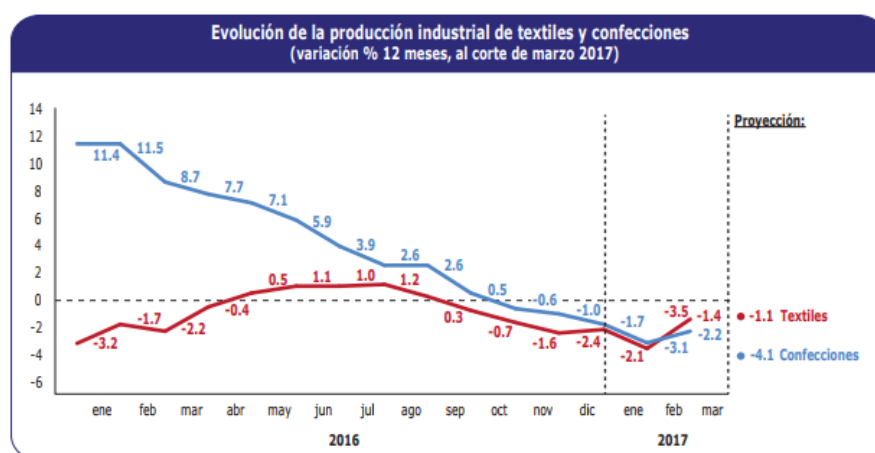


Ilustración 4 Evolución de producción textil y confecciones (Anif en base a datos del Dane)

A estos síntomas hay que adicionarle que dados algunos aspectos económicos la carga de los costos de producción para el empresario colombiano es demasiado elevada y le quita competitividad versus economías asiáticas de escala.

Es por ello que tomando en cuenta el fenómeno de la revaluación que impacta fuertemente al sector, se da un avistamiento de encontrar nuevos tópicos para superarlo y restarle implicación a la tasa de cambio. Los empresarios del medio estiman infundir importancia a factores clave como la innovación en el producto, la eficiencia y proactividad de la gestión operativa y financiera y la aplicación de factores competitivos como tecnologías de punta.

Sin embargo, no todo está perdido, a nivel oficial el gobierno trabaja en el desarrollo de herramientas y soluciones legales, económicas y académicas que protejan al empresario colombiano, con lo que formula un panorama en el que se auguran resultados positivos para este último periodo del año, incluso mejores que al de años anteriores.

2.2.2 Necesidades

Nature & Cloth ind toma en cuenta la jerarquía del producto con el fin de brindar un mejor servicio al cliente, que en esencia contribuirá con la debida retribución no solo para el crecimiento de la misma, sino también a un mejor modo de vida, complementando programas que suplan necesidades medioambientales insatisfechas

Básico: Implementación de programas sociales enfocados al medioambiente a través de inversión y trabajo con otras organizaciones.

Esperado: Inversión que contribuya al saneamiento de problemas actuales en materia medioambiental.

Aumentado: Planeación con enfoque de valor compartido en donde se concibe la idea de comercializar productos con el fin de obtener recursos continuos, que permitan tener un flujo de caja constante.

Potencial: Aportando a la tendencia del consumo responsable junto al cuidado del medio ambiente se implementará una línea de artículos desarrollados bajo el esquema de Upcycling, esto permite trabajar en función de las tres "R": Rediseñar, Reusar y Reciclar. No obstante, la técnica seguirá siendo la misma, pero si generará una transformación cultural en la mente del consumidor final, y en general, de toda la cadena productiva.

En síntesis, la necesidad que suple cuando un cliente potencial adquiera un producto o servicio, se contribuirá con el cuidado ambiental desarrollando estrategias efectivas en la línea “Ambientalmente verde” en donde los artículos vienen del proceso Upcycling, es decir, hacia un consumo responsable. En cuanto a los atributos del producto, se hace especial énfasis en la calidad y exclusividad del producto pues, aunque sean más costosos a comparación de a líneas de negocio similares que abundan en el mercado, es de allí que son reconocidos nacional como internacionalmente y la duración, ciclo de vida del producto, es mayor.

2.2.3 Aspectos diferenciales

Ventajas

- Consumo de producto nacional
- Productos con Denominación de Origen otorgado por la Superintendencia de Industria y Comercio lo cual le brinda estándares de alta calidad tanto por sus valores culturales y por el material y métodos usados.
- Se usan en su elaboración materias primas vírgenes o reusadas, materiales provenientes de la región conservando así la calidad en el producto final.
- Alta gama de referencias, con materiales diferentes.
- Exclusividad como propuesta de valor agregado.

Beneficios

- Soluciones prácticas y a tiempo en cuanto a implementación de soluciones para combatir las degradaciones ambientales
- Obtención de recursos para inversión en programas que suplan las necesidades ambientales insatisfechas.
- Suplir necesidades de autorrealización

Valor agregado

El valor agregado de Nature & Cloth ind se tomará en cuenta desde la creación de nuevas alternativas para la obtención de estos recursos. Es de allí que nace la idea de valor compartido y propuesta de exclusividad como fuente integral para el crecimiento

del público objetivo quien se atiende y a la organización en sí misma. En este propósito, se buscará recursos por medio de la comercialización de productos.

Ante la situación planteada, se obtiene, por un lado, bienestar a la comunidad y la economía local con la generación de empleo como también la industria textil con una propuesta innovadora.

2.2.4 Ámbito Geográfico

En un inicio, el proyecto tendrá un foco nacional más específicamente en Bogotá, en el futuro próximo no más allá de tres (3) años se espera entrar en otros puntos de la geografía nacional y a largo plazo entrar a nivel internacional.

Para detallar un poco más el ámbito geográfico se especifican variables con características como:

- Zona: Colombia (Bogotá).
- Tamaño de la zona: más de un 1.000.000 de habitantes.
- Densidad: Zonas urbanas y rurales.
- Clima: Seco, húmedo, frío, caluroso

2.2.5 Público Objetivo

La empresa busca entrar dentro del segmento de edades entre los 18 y 40 años que corresponde 5.23% de la población de Bogotá y atenderá en un inicio el 0.5 % de dicho público. El público objetivo está determinado por un conjunto de cuatro variantes relevantes, demográficas, económicas, psicograficas y de comportamiento las cuales están expuestas y segregadas a continuación:

Variables Demográficas

- Edades: entre 18 y 40 años
- Sexo: mujeres
- Número de integrantes de la familia: entre 1 y 4.

- Estado civil: Casado, soltero, separado, con hijos, sin hijos.
- Profesión y/ ocupación: Profesionales, estudiantes, amas de casa y artesanos.
- Nivel de escolaridad: medios, profesionales, posgrados.

Variables Económicas

- Nivel de ingresos: Medios- altos desde 2 SMLV en adelante

Variables psicográficas

- Clase social: Media- alta
- Estilo de vida: Personas deportistas, intelectuales, amantes de la cultura, la diversidad la naturaleza y el medio ambiente.
- Personalidad: Personas extrovertidas independientes, sociables, creativas.

Variables de comportamiento

- Momento de uso: dependiendo de la situación se ajusta a usos frecuentes como un estudiante universitario o usos paulatinos como para salidas los fines de semana.
- Beneficios: Calidad, servicio, exclusividad y de autorrealización.
- Nivel de uso: usuarios nuevos, usuarios regulares y usuarios potenciales.
- asiduidad de uso: común – alta
- Nivel de lealtad: siempre compra a la misma empresa
- Disposición a la compra: Personas con interés frente al producto y con la intención directa de compra.
- Actitud frente al producto: Positiva, ya que conocerá previamente el impacto del producto del producto dentro de un entorno social y ambiental.

2.2.6 Cliente y consumidor

Impulsados por los valores fundamentales de bienestar del ser humano, vocación hacia el servicio y alto sentido de responsabilidad, a diferencia de sus similares los productos Nature & Cloth se interesan por el desarrollo y el equilibrio del medio ambiente. Así mismo se caracterizan por establecer relaciones afiliativas a través de la cultura y el valor compartido.

Es importante identificar que para la empresa la decisión de compra puede estar abarcada por las siguientes 3 relaciones a manera de ejemplificar:

- Comprador/cliente: Un padre de familia compra uno de los productos como regalo para uno de sus hijos.
- Consumidor: Un estudiante universitario compra uno de los productos de la compañía para su propio uso.
- Influenciador: Un tercero recomienda los productos de la compañía por calidad, exclusividad y servicio.

2.3 Competencia

La competencia de Nature & Cloth ind es toda aquella persona jurídica creada por iniciativa propia para atender necesidades en el mercado de la moda conforme a la voluntad de sus fundadores.

- Competencia directa: Personas jurídicas dedicadas a la comercialización de los productos textiles derivados por algún método proveniente del reciclaje.
- Competencia indirecta: Todas aquellas entidades dedicadas a la elaboración de prendas de vestir y a su comercialización.

Nature & Cloth Ind	Competencia
Nature elabora sus productos en base a textil derivado del proceso de reciclaje de materiales como el tetra pack	Ofrece productos genéricos con materias primas comunes.
Nature incentiva el sentido de pertenencia y conservación del medio ambiente a través el producto.	Inspira al consumo a través de conceptos
Nature ofrece una propuesta innovadora dentro del mercado.	Ofrece productos magistrales.
Nature brinda una identidad y una posición frente al consumismo.	La generación de identidad está promovida por estrategias de pronta

	moda que acrecienta problemas como la contaminación.
--	--

Tabla 1 Comparación con la competencia

2.4 Precio

El precio se determinó gracias a una investigación con productores textiles donde se encontró que en promedio tienen un costo de producción de ochenta y cinco mil pesos mcte (\$85.000) distribuidos de la siguiente manera 37.89% costos variables y 58.94% a costos fijos.

La compañía determino establecer un precio de ciento diez y nueve mil pesos mcte (\$119.000) obteniendo un margen de utilidad del 57%, precio que es acorde a la percepción del consumidor frente al producto y concorde a su propuesta de valor agregado y cumplimiento a necesidades de autorrealización.

2.5 Distribución

La compañía contara con un establecimiento comercial en Bogotá ubicado en la zona norte de la ciudad comprendida por estratos socio económicos de cuatro a seis.

La compañía manejará una distribución corta ya que no abran intermediarios entre el productor y el consumidor a partir de la producción en planta se transportará mediante vehículos de carga hasta los puntos de comercialización.

2.6 Promoción

Se empleará principalmente el modelo ATL de publicidad ya que la compañía inicialmente buscará llegar masivamente a través de (redes sociales) como Instagram y Facebook con lo que se tiene planeado establecer contacto con su público objetivo y para respaldar el proceso se implementará instrumentos del modelo BTL como campañas y ferias en las cual se buscará que se tenga una interacción directa con el producto.

2.7 Proyección de ventas

Tabla 2 Proyecciones de venta años 1.2 y 3

ANUALIDADES	\$	PROMEDIO MENSUAL	CRECIMIENTO ANUAL
1	127.092.000	10.591.000	
2	140.572.320	11.714.360	10,61%
3	155.317.134	12.943.095	10,49%

(PROPIA, 2017)

Para la proyección de ventas se tuvo en cuenta indicadores de inflación, incremento en la mano de obra y crecimiento del sector. La empresa buscara ocupar una participación del 3% en el mercado local (Bogotá) y un 0.06% del mercado nacional.

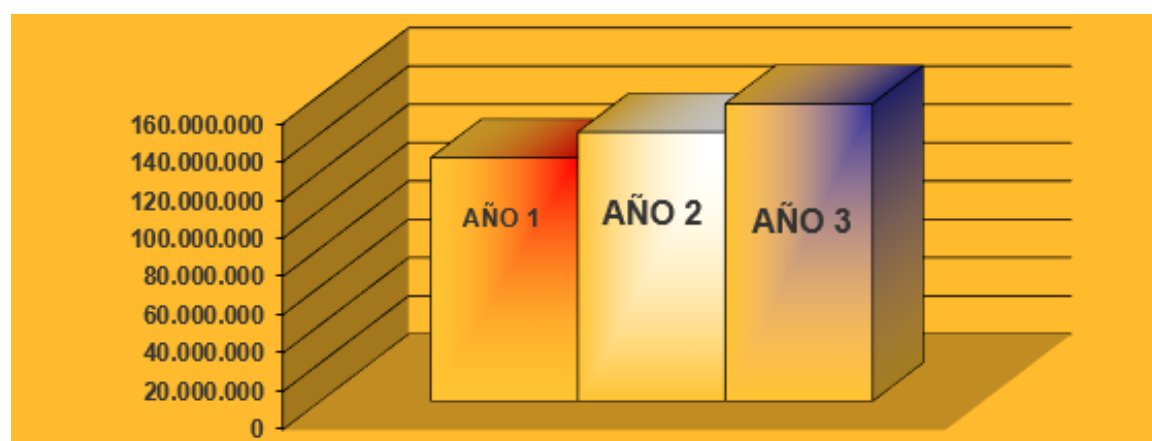


Ilustración 5 proyección de ventas en millones de pesos

Se da inicio a las ventas en enero del 2018. Para el primer año se estiman ventas por 127,1 millones de pesos. Para el segundo periodo se calcula un incremento de un 10,61% sobre las ventas. Teniendo un promedio mensual de 10,59 millones de pesos. Para el tercer año se espera tener ventas por 155,32 millones de pesos. Correspondiente a un crecimiento del 10,49% con respecto al año anterior

3. Producción Y Calidad

3.1 Producción y prestación de servicios

La producción se llevará a cabo a través de la tercerización con empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir y que cuenten con tecnología de punta que permita asegurar la integridad dentro del proceso, a continuación, se expondrá un gráfico que describe el proceso de producción del producto

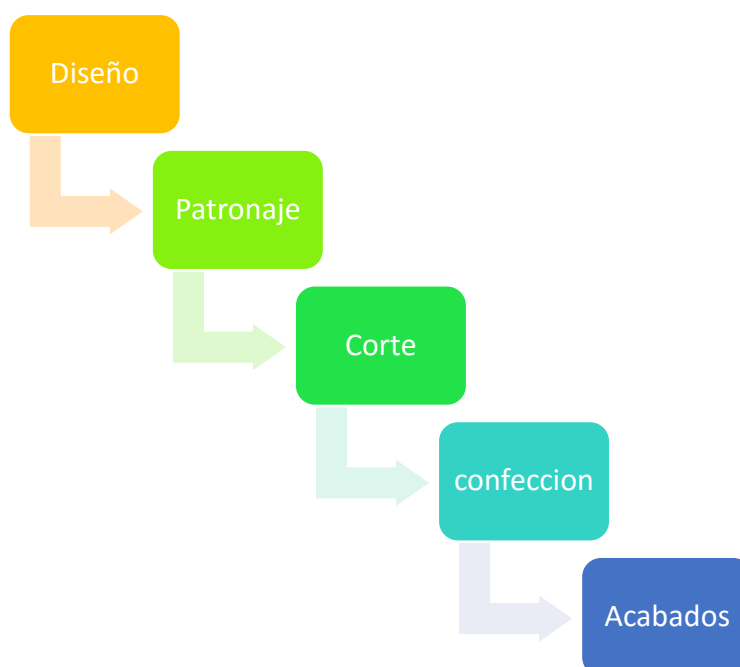


Ilustración 6 Diagrama de producción (PROPIA, 2017)

3.2 Calidad

NTC ISO 9001: Norma internacional que especifica los requerimientos y parámetros que debe cumplir todo ente empresarial para la implementación de un mecanismo de gestión de calidad, indiferente del tamaño y actividad a la que se dedique, se enfoca en la eficacia de dicho mecanismo de gestión y control para administrar y mejorar la calidad de los productos o servicios en pro de la satisfacción de los clientes.

Para la empresa es vital que el proceso de calidad este en constante retroalimentación por lo cual se plantea el siguiente modelo como herramienta de evaluación dentro del proceso de gestión de calidad.

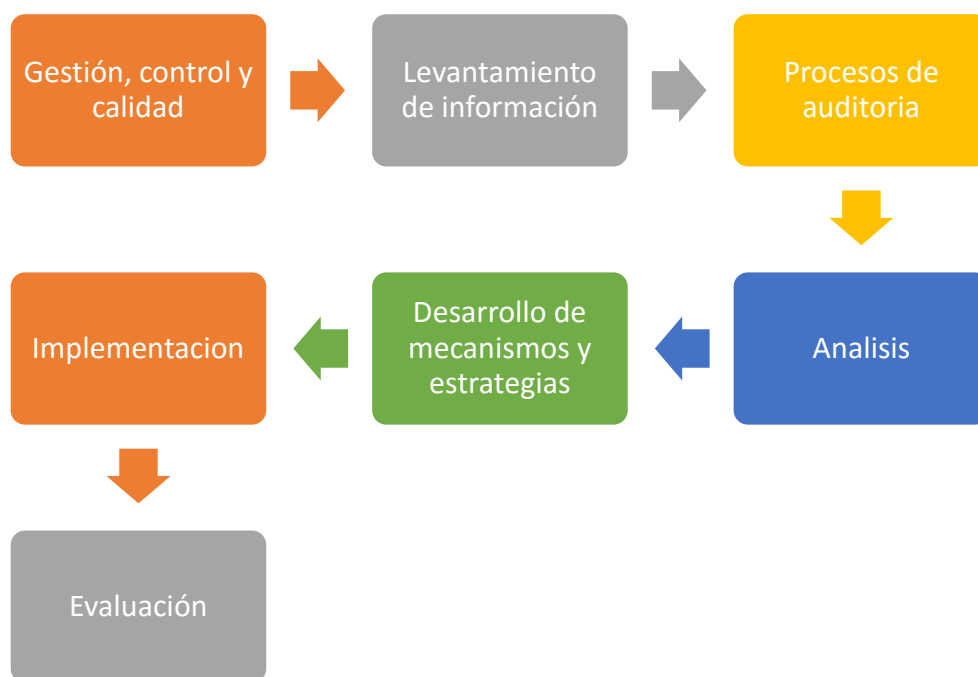


Ilustración 7 Proceso Gestión de Calidad (PROPIA, 2017)

Para la gestión que se evidencia en la ilustración anterior se parte del hecho de recopilar todas aquellas variables que intervienen en los procesos del objeto social de la empresa y que estarán a cargo de gerencia y del área de producción y calidad, y así realizar la retroalimentación de toda la cadena y poder conseguir una mejora continua.

- **Política de calidad**

Dar garantía sobre los productos elaborados y vendidos, de manera oportuna y confiable, a través de un equipo de trabajo idóneo y con compromiso por cumplir las expectativas del cliente, enfocados en el mejoramiento continuo sobre los procesos en los que se está involucrado, así asegurando el uso óptimo de los recursos y el sostenimiento de la empresa.

3.3 Equipos e infraestructura

- Equipos de cómputo: Indispensables para el control y registro de las actividades de venta con capacidad de procesamiento de datos elevada, para el dinamismo en el trabajo.
- Transporte: La compañía deberá contar en principio con el servicio de un vehículo tipo mini van para el transporte de la mercancía al punto de venta.
- Local comercial: Espacio físico con la estantería adecuada para los productos de 20 metros cuadrados aproximadamente.
- Sistema de seguridad: Indispensable el sistema de seguridad y vigilancia de la compañía el cual estará compuesto por cámaras y alarma satelital.

- En el proceso productivo serán necesarias máquinas de tipo:

- Overlock: la cual proporciona corte y acabado
- Interlock: Para costura recta
- Zigzag: para tejidos de punto y refuerzos para las prendas.

3.4 Seguridad en el trabajo y medio ambiente

Riesgos de Seguridad

- Golpes por caídas.
- Desorganización y falta de adecuación de las instalaciones.
- Golpes por traslado y manejo de inventario.
- Golpes por objetos, herramientas y elementos de trabajo.

Riesgos Químicos

- Productos que se emplean en asepsia y desinfección.

Riesgos Físicos

- Estado defectuoso en el alumbrado.
- Condiciones acústicas nocivas.

- Riesgos Ergonómicos, Psicosociales y de Organización del trabajo
- Actividades invariables y de curso repetitivo.
- Dolencias óseas y musculares.
- Colocaciones forzosas y prolongadas.
- Perturbaciones en sobre la columna vertebral.
- Subcontratación ciclos de trabajo.

- **Manejo del riesgo**

Accidente laboral dentro de la empresa

Daños que se puedan presentar a los empleados durante labores que realicen dentro de las instalaciones de la empresa, se ven principalmente en procesos de transformación productiva. Ej: Caídas, golpes, amputaciones, hernias por sobre esfuerzos, etc.

Para mitigar esto, se trabajará en la gestión de los accidentes laborales con la ARL, adicionalmente de cumplir con procedimientos preventivos como el uso de los implementos de seguridad requeridos.

Enfermedad laboral

Afectaciones en la salud de los empleados. Según el lugar se pueden presentar diferentes tipos de enfermedades laborales como enfermedades osteomusculares por movimientos repetitivos, enfermedad respiratoria, etc.

Como medida se promoverán las pausas activas y todas las medidas de salud en el trabajo.

Robo de empleados

Pérdidas de producto en proceso, terminado, bienes o capital de la empresa por manejo de empleados. Se manejará mediante la adquisición de pólizas PyP que incluyen cobertura contra manejo de empleados, se harán revisiones previas y posteriores de la jornada laboral en las áreas de trabajo pertinentes.

Enfermedad general

Riesgo que recientemente está siendo considerado por la industria. Son los daños a los empleados que se pueden ocasionar a causa del estrés en el trabajo. Estas se mitigan a través del desarrollo que permitan la dispersión de los empleados, adicionalmente relacionarlos con las diferentes áreas de la empresa.

- Medio ambiente

Por disposición del ministerio de medio ambiente actividades como la confección de prendas son catalogadas como aquellas que tienen un alto potencial para su descontaminación, pues si es cierto es generadora de residuos sólidos y problemas con unidades que prestan el servicio de planchado, también dispone que incorporando agentes pequeños de innovación y pequeñas correcciones sobre el proceso puede lograr que su operación sea amigable con el medio ambiente. Por otro lado, dentro del sector se ofrecen varias alternativas para la reutilización de insumos y materiales.

Mejoramiento del impacto ambiental

La empresa realizara diagnósticos periódicos a través de indicadores que permitan desarrollar estrategias de producción más limpia, así como la implementación de tecnologías que sean más amigables y sustentables para el medio ambiente, con el fin de aumentar y renovar las condiciones de trabajo de los trabajadores.

4 Organización y gestión

4.1 Planificación y temporización

- Planificación de ventas

Tabla 3 Planeación de ventas

PERIODO	\$	PROM.MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	127.092.000	10.591.000	
AÑO 2	140.572.320	11.714.360	10,61%
AÑO 3	155.317.134	12.943.095	10,49%

(PROPIA, 2017)

Se da inicio a las ventas en enero del 2018. Para el primer periodo se estiman ventas por 127,1 millones de pesos. Para el segundo periodo se calcula un incremento de un 10,61% sobre las ventas. Teniendo un promedio mensual de 10,59 millones de pesos. Para el tercer periodo se espera tener ventas por 155,32 millones de pesos. Correspondiente a un crecimiento del 10,49% con respecto al periodo anterior.

- Planificación de personal

La planificación del personal esta sustentada en la necesidad de dos cargos de planta el gerente y el vendedor desde el inicio de las operaciones de la empresa, se manejará por outsourcing procesos de diseño, confección y acabado de producto.

- Planificación de inversión

Tabla 4 Planificación de la inversión

		RECURSOS PROPIOS	
ACTIVOS FIJOS	\$	18.000.000	95 %
CAPITAL DE TRABAJO	\$	1.000.000	5%
Total general	\$	19.000.000	
DISTRIBUCION INVERSION			100,00%

(PROPIA, 2017)

La inversión está dada a la erogación de recursos monetarios para cubrir los requerimientos pre operativo para iniciar el funcionamiento de la empresa.

ACTIVOS FIJOS				
Periodo de inversión:	TOTAL			
	APORTES	CRÉDITO	OTRAS FUENTES	TOTAL
TERRENOS	0	0	0	0
EDIFICIOS	0	0	0	0
MAQUINAS	0	0	0	0
EQUIPOS	0	0	0	0
VEHICULOS	0	0	0	0
MUEBLES Y ENSERES	15.000.000	0	0	15.000.000
HERRAMIENTAS	0	0	0	0
COMPUTAD. PRODUC.	0	0	0	0
COMPUTAD. ADMON.	3.000.000	0	0	3.000.000
CAPITAL DE TRABAJO	1.000.000	0	0	1.000.000
TOTAL	19.000.000	0	0	19.000.000

la inversión total para a la realización del proyecto es de \$19.000.000. se aporta el 100% con recursos propios. En la composición de la inversión se destina para capital de trabajo el 5,26% y para activos fijos el 94,74%

- Sistema de evaluación de resultados

Para la medición de resultados se empleará un sistema de seguimiento basado en el monitoreo de desempeño sobre las actividades propuestas para cada cargo que intervenga sobre el desarrollo de las actividades empresariales, así como también se evaluarán los resultados obtenidos en contraste con los proyectados.

4.2 Plataforma estratégica organizacional

Misión: Nature & Cloth Ind es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de blazer para dama, comprometida con el desarrollo económico sostenible y la sustentabilidad del medio ambiente, para satisfacer las necesidades de clientes en el ámbito nacional, con proyección internacional. Para ello contamos con maquinaria y talento humano idóneo comprometido con el medio ambiente, los valores y la filosofía de la empresa.

Visión: Nature & Cloth Ind será altamente competitiva y comprometida con el desarrollo de nuevas estrategias y métodos para la producción limpia de prendas de vestir, segmento en el cual sobresaldrá, así como desarrollará actividades promotoras del crecimiento del desarrollo social y de las regiones donde realiza su gestión, trabajará en la mejora continua y en el posicionamiento internacional a mediano y largo plazo.

- Valores corporativos

- Trabajo en equipo: con el aporte de todos los miembros de la compañía que intervienen en el desarrollo de su objeto social buscaremos dar cumplimiento a los objetivos de la organización.
- Honestidad: Realizamos toda nuestra gestión con transparencia y rectitud.
- Responsabilidad: Gestionamos nuestro trabajo con seriedad y compromiso.
- Confianza: Cumplimiento de lo prometido justamente y razonablemente.
- Respeto: Escuchar, valorar y entender al otro para establecer buenas relaciones laborales, comerciales e interpersonales.
- Eficiencia: Aprovechamos cada recurso y oportunidad al máximo.
- Eficacia: Comprometidos a brindar oportunamente las mejores soluciones ambientales, laborales, comerciales y sociales.
- Mística: Trabajamos arduamente desde el inicio, con el compromiso y la convicción de entregar lo mejor.

- **Objetivos Organizacionales**

- La empresa busca aumentar sus ingresos dos puntos porcentuales en su rentabilidad por encima de los incrementos económicos determinados para cada año fiscal.
- La empresa busca posicionarse como un de las marcas líderes en ventas de prendas de vestir derivadas del upcycling.
- La empresa busca establecer el desarrollo de una cultura enfocada a nuevas tendencias de producción e innovación comprometidas con el sostenimiento medio ambiental.
- La empresa busca aumentar la eficiencia en la productividad en un 10% anual.
- La empresa busca expandirse a mercados internacionales.

4.3 Gestión de personal

De acuerdo al tamaño de la empresa, se ha establecido la estructura organizacional según las áreas primordiales de trabajo, estableciendo así relaciones y el nivel de autoridad y jerarquía, pero con integraciones reciprocas con sus pares y colaboradores con el fin de estar continuamente en un proceso de retroalimentación que permita la mejora continua del clima de trabajo y el ambiente organizacional.

- **Proceso de selección**

Para este proceso la empresa dispondrá de información de bolsas de empleo como jobmas, computrabajo, linkedin, entre otras; con el fin de seleccionar los perfiles que más se ajusten a las características del cargo dispuestas por la empresa.

Una vez seleccionados los aspirantes que posean características y que cumplan con los requerimientos de forma más afín a lo solicitado por la empresa, se procederá a hacer contacto con dichos postulantes para establecer los parámetros como pruebas a realizar y programación de entrevista, una vez culminada esta etapa se procederá a recopilar toda la documentación necesaria para realizar todos los trámites legales y correspondientes a que haya lugar para la vinculación exitosa con la empresa.

- Organigrama

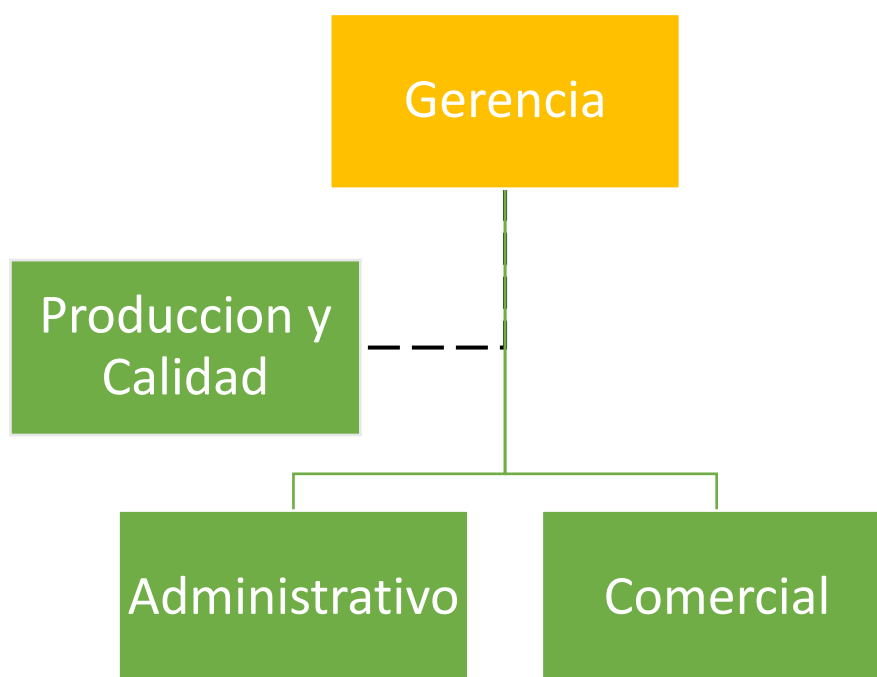


Ilustración 8 Organigrama de la empresa

Sus áreas de composición son la gerencia general, departamento de calidad, dirección de diseño y producción, área administrativa, dirección comercial y el área operativa.

- Profesiograma

El profesiograma desarrollado para Nature & Cloth Ind, es una herramienta de administración de personal que permite establecer las funciones y competencias laborales requeridas para cada cargo que conformará el personal en cada área. Tiene como objetivo orientar a la compañía en el proceso de selección de personal en ámbitos como su experiencia, conocimientos, habilidades y actitudes, permitiendo así facilidad al proceso de formación y entrenamiento de dichos cargos de una forma estándar.

Para el proceso de selección de tendrán en cuenta requerimientos específicos dentro del profesiograma del cargo, será determinada por el gerente de la compañía mediante un análisis de perfil del candidato y una entrevista personal.

- **Descripción de cargos**

Cargo: Gerente general

Perfil: Profesional en administración de empresas con énfasis en formación financiera, comercial y operativa, que cuente con experiencia mínima de dos años en cargos administrativos y gerenciales, persona proactiva, investigativa, innovadora y estratégica.

Sumario De Funciones Y Responsabilidades

- Hacer y dar el visto bueno firmar la nómina.
- Hacer y dar el visto bueno para expedición de cheques, notas de débito, adquisición de activos fijos y contratación de servicios.
- Controlar y respaldar a la empresa en asuntos legales y reglamentarios y en la gestión de los mismos.
- Inspeccionar todos los gastos de diferentes obligaciones contractuales contraídas por la empresa.
- Expedición de informes sobre situación financiera de la compañía.
- Diversas que puedan ser asignadas de acuerdo a sus competencias.
- Inspección de Cuentas pagos y cobros.
- Toma de decisiones en base a un análisis exhaustivo de los estados financieros.
- Administración del Capital de Trabajo.
- Inspección y control sobre la ejecución de contratos.

Cargo: Diseñador (outsourcing)

Perfil: Profesional en diseño de modas con énfasis en desarrollo de colecciones y calidad en procesos textiles, que cuente con experiencia mínima de 3 años en cargos administrativos y de diseño, persona proactiva, investigativa, innovadora y responsable.

Sumario De Funciones Y Responsabilidades

- Definir puntos clave para elaborar el diseño como materiales, accesorios, etc)
- Elaboración del patronaje de las prendas.
- Presentar nuevas propuestas relacionadas al diseño a través de herramientas como bocetos y prototipos.
- Diseñar y confeccionar prendas de alta costura.
- Supervisión del proceso productivo
- Hacer control de calidad y retroalimentación frente a incógnitas que se puedan presentar durante el proceso.
- Lanzamiento de colecciones y gestión de las mismas en conjunto con la gerencia y el área comercial.
- Estar en constante actualización frente a tendencias y factores que incidan dentro del sector textil.

Cargo: Vendedor

Perfil: Bachiller con conocimiento en áreas comerciales y atención al cliente, que cuente con experiencia de tres años como vendedor en punto de venta de prendas de vestir, persona proactiva, creativa, comunicativa y orientada al logro que pueda trabajar bajo presión.

Sumario De Funciones Y Responsabilidades

- Atender y asesorar debidamente a los clientes de la organización
- Apoyar debidamente todo el proceso de venta.

- Soportar y registrar las ventas
- Organizar los productos dentro del punto de venta
- Llevar control de inventarios
- Mantener en perfectas condiciones de aseo el punto de venta
- Hacer retroalimentación de las operaciones diarias con la gerencia.

- Salarios y Nomina

La empresa ha destinado de la siguiente manera los salarios de sus trabajadores de planta en concordancia con su nivel jerárquico y compromiso de responsabilidades y acorde a las remuneraciones evidenciadas en el sector, así mismo con sus respectivas implicaciones tributarias y legales.

Tabla 5 Nomina

NOMBRE DEL EMPLEADO	SUELDO BASICO	DIAS LIQUI DADOS	DEVENGADO		TOTAL DEVENGA DO	DEDUCCIONES		TOTAL DEDUCC IONES	NETO PAGADO
			BASICO	AUXILIO DE TRANSP ORTE		SALUD	PENSION		
GERENTE	\$ 2.000.000	30	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 160.000	\$ 1.840.000
VENDEDOR	\$ 800.000	30	\$ 800.000	\$ 83.140	\$ 883.140	\$ 32.000	\$ 32.000	\$ 64.000	\$ 819.140
TOTALES	\$ 2.800.000		\$ 2.800.000	\$ 83.140	\$ 2.883.140	\$ 112.000	\$ 112.000	\$ 224.000	\$ 2.659.140

Aportes Parafiscales	Valor	Otras Apropriaciones	Valor
Salud	\$ 238.000	Cesantía	\$ 240.262
Riesgos Profesionales	\$ 14.616	Int. S/Cesantia	\$ 28.831
Fondo de Pensiones	\$ 336.000	Prima de Servicios	\$ 240.262
ICBF	\$ 84.000	Vacaciones	\$ 116.667
SENA	\$ 56.000	Esap	\$ 28.000
Subsidio Familiar	\$ 112.000	Escuelas industriales	\$ 28.000
Subtotal	\$ 840.616	Subtotal	\$ 682.021

(PROPIA, 2017)

5 Jurídico y tributario

5.1 Determinación de la forma jurídica

Se ha determinado que para Nature & Cloth Ind la forma jurídica más conveniente es la sociedad por acciones simplificadas que se encuentra reglamentada bajo la Ley 1258 de 2008.

Según estipula dicha este tipo de sociedad se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo responderán conforme sea el monto de sus respectivos aportes. Haciendo salvedad lo consagrado en el artículo 42 de la ley en mención, en donde reza que el o los accionistas no tendrán responsabilidad por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

Dada también a la facilidad de fijar las normativas que regirán el funcionamiento de la compañía. No se requiere establecer una duración determinada dentro del mercado por lo cual permitirá una reducción en los costos, ya que no requiere modificaciones ni reformas dentro de sus estatutos cada vez que este próxima la caducidad de los términos de duración societaria.

- COSTOS

Según el artículo 2.2.2.46.1.2. del Decreto 1074 de 2015 se establece los derechos por registro y la renovación de la matrícula mercantil para establecimientos de comercio, sucursales o agencias, así como derechos de cancelaciones y mutaciones y derechos por inscripción de libros y documentos, también estipula los valores de los formularios y todos aquellos certificados que expiden las Cámaras de Comercio.

Teniendo en cuenta lo anterior se calculan costos promedio en los que se incurrirá para la constitución de la empresa:

Tabla 6 Costo registro mercantil cámara comercio

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Constitución de Sociedad	Cámara de comercio	\$34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	Cámara de comercio	\$70.000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$131.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$4.500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$12.000
TOTAL		\$251.500

5.2 Aspectos laborales

Para la compañía le es conveniente pertenecer al régimen contributivo ya que la financiación se correrá mediante los aportes del empleador en este caso la compañía y las cotizaciones correspondientes a cada trabajador, acogiéndose a las tarifas estipuladas por la EPS (Entidad Promotora de Salud) a la cual se encuentren afiliados y según también la clasificación, de acuerdo con el riesgo que presenten las actividades desarrolladas por la empresa.

En cuanto a la pensión se opta por el régimen de ahorro individual ya que tiene la flexibilidad de afiliar cualquier trabajador de la empresa en los diferentes fondos privados de pensiones que existen, es decir da al trabajador la posibilidad de elegir el fondo que sea de su conveniencia dicho fondo se encargara de recibir los ahorros de cada trabajador de la empresa con el fin de obtener una mesada pensional, respetando lo estipulado por la ley.

5.3 Modalidades contractuales

La empresa maneja un modelo contractual a término fijo ya que dada la naturaleza de algunos de sus cargos le es más conveniente jurídicamente ya que permite establecer un periodo de prueba para el trabajador lo que arroja si cumple con la

idoneidad para el cargo y si es necesario prescindir de dichos servicios la empresa no se vea afectada legalmente, ahora bien, para para abarcar la percepción del empleado se estima conveniente también porque da estabilidad laboral por el periodo pactado y cuenta con la posibilidad de prórroga.

5.4 Impuestos

En el ámbito tributario, Nature & Cloth Ind. está en la obligatoriedad de regirse por todas aquellas reglas que se aplican a las sociedades anónimas; lo cual dicta que, es contribuyente declarante dentro del régimen ordinario del impuesto sobre la renta y sus anexos.

En el gravamen sobre las ventas (IVA) según el artículo 420 del Estatuto Tributario será responsable toda vez que realice el hecho generador.

Es pagador del gravamen de industria y comercio dado que realiza una actividad comercial que no está excluida o exenta; igualmente tendrá la calidad de agente retenedor de renta, IVA e ICA.

5.5 Permisos, licencias y documentación oficial

Se requieren permisos en el ejercicio de la actividad de la empresa tales como:

La protección de datos ya que además de estar reglamentada por la ley 1581 de 2012 la cual dictamina el criterio de privación en el uso y/o tratamiento de los datos personales otorgados por clientes y/o usuarios, así mismo que posibilita a los mismos a modificar o eliminar dicha información.

Cumplimiento con lo dispuesto por la superintendencia de industria y comercio con referencia al registro de nombre y logo empresarial, con el fin de evitar homonimias.

Solicitud de autorización y habilitación del número de facturación ante la Dian para poder expedir facturas.

6. Financiero

6.1 Sistema de cobros y pagos

Los cobros y los pagos se harán mediante el método de pago será inmediato, es decir que está caracterizado por entregar inmediatamente un producto subsiguiente a la cancelación o pago del valor del mismo, la descripción de este proceso está dada en la siguiente relación:



Tabla 7 Comportamiento cartera

COMPORTAMIENTO DE CARTERA Y PAGO A PROVEEDORES

TIEMPO	CARTERA	PROVEEDORES
CONTADO	100%	100,00%

(PROPIA, 2017)

6.2 Resumen datos financieros

- **inversión:** La inversión del proyecto es de diecinueve millones de pesos (\$19.000.000), se aportará el 100% de recursos propios.

Tabla 8 Resumen inversión

RESUMEN DE INVERSION Y FINANCIACION

	RECURSOS PROPIOS		CREDITO		NO REEMBOLSABLES Y DONACIONES		TOTAL	
ACTIVOS FIJOS	\$ 18.000.000	95%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ 18.000.000	95%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.000.000	5%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ 1.000.000	5%
Total general	\$ 19.000.000		\$ -		\$ -		\$ 19.000.000	
DISTRIBUCION INVERSION	100,00%		0,00%		0,00%			

(PROPIA, 2017)

- Representación en términos gráficos

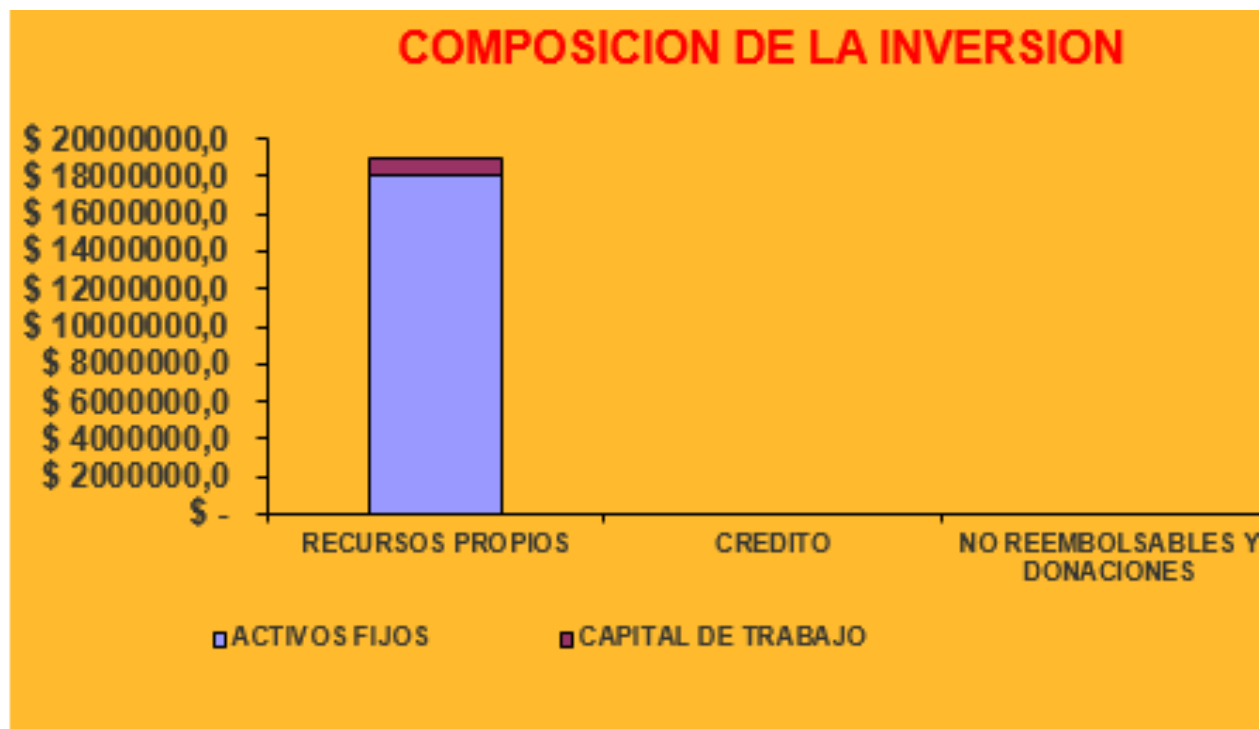


Ilustración 9 Composición de la inversión

- composición de costos fijos

A continuación, se expondrá los costos y gastos es que la empresa incurre y su respectiva composición.

- Composición de los costos fijos

Tabla 9 Composición de costos fijos

TIPO DE COSTO	MENSUAL		ANUAL	
MANO DE OBRA	\$	-	\$	-
COSTOS DE PRODUCCION	\$	700.000	\$	8.400.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	4.438.500	\$	53.262.000
CREDITOS	\$	-	\$	-
DEPRECIACION	\$	208.333	\$	2.500.000
TOTAL	\$	5.138.500	\$	64.162.000

(PROPIA, 2017)

Como se puede ver los costos y gastos fijos del primer año, ascienden a \$64.162.000, no hay presupuesto mano de obra, de producción son de 8,4 millones de

pesos, los gastos administrativos se estiman por 53,262 millones de pesos, en este punto no se estudian créditos. 2,5 millones de pesos correspondientes a la contabilización de depreciación.

- En términos gráficos

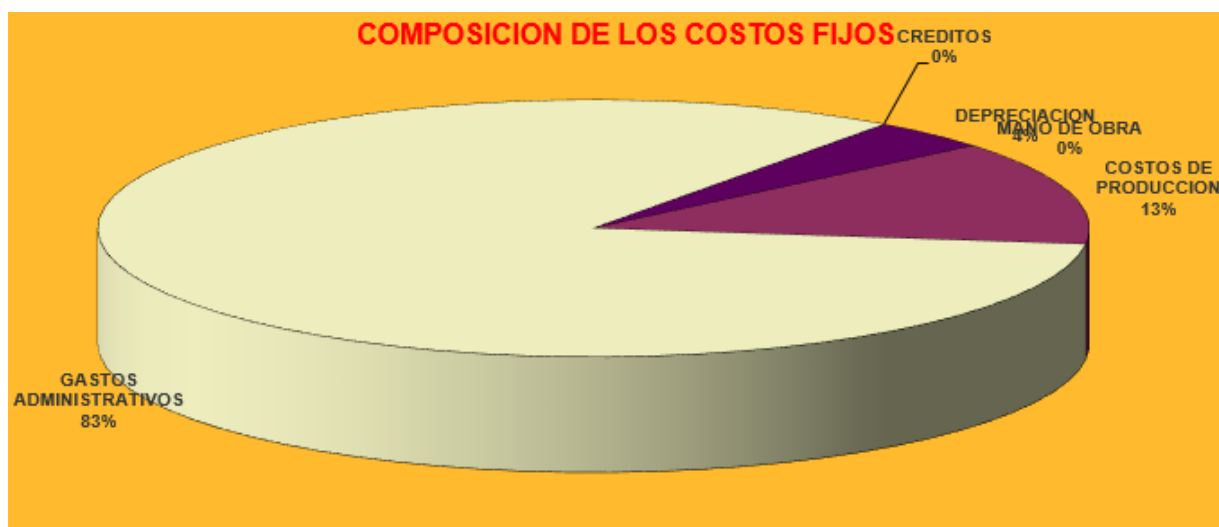


Ilustración 10 Composición costos fijos

- Margen de contribución

Tabla 10 Margen de contribución

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIA PRIMA	M.O. VARIABLE	GASTOS DE VENTA	TOTAL COSTOS VARIABLES	MARGEN DE CONTRIBUCION		CONTRIBUCION A VENTAS	TOTAL
BLAZER PARA DAMA	119.000	40.000	5.000	1.309	46.309	72.691	61,08%	100,00%	61,08%

(PROPIA, 2017)

Como podemos evidenciar por cada peso invertido en la empresa se generan 61 pesos para cubrir su obligación respectiva.

- Proyecciones de estados financieros

- Estado de resultados

Tabla 11 Proyección estado de resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	127.092.000	140.572.320	155.317.134
+ COMPRAS	38.448.000	40.936.320	43.539.336
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	38.448.000	40.936.320	43.539.336
+ MANO DE OBRA VARIABLE	5.340.000	5.685.600	6.047.130
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION		8.400.000	8.652.000
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	2.500.000	2.500.000	2.500.000
TOTAL COSTO DE VENTAS	54.688.000	57.773.920	60.738.466
UTILIDAD BRUTA	72.404.000	82.798.400	94.578.668
GASTOS ADMINISTRATIVOS	53.262.000	56.851.860	57.459.416
GASTOS DE VENTAS	1.398.012	1.546.296	1.708.488
UTILIDAD OPERACIONAL	17.743.988	24.400.244	35.410.764
- GASTOS PREOPERATIVOS	290.000	290.000	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	17.453.988	24.110.244	35.410.764
IMPUESTOS	5.934.356	8.197.483	12.039.660
UTILIDAD NETA	\$ 11.519.632	\$ 15.912.761	\$ 23.371.104

(PROPIA, 2017)

En los estados de resultados se puede evidenciar un margen bruto del 56.97% anual lo que está dentro de los parámetros del sector, se tiene una rentabilidad operacional del 13,96%.

- Balance general

Tabla 12 Balance general proyectado

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	20.663.988	41.629.877	71.343.157
CUENTAS POR COBRAR	0	0	0
INVENTARIOS	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	20.663.988	41.629.877	71.343.157
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	18.000.000	18.000.000	18.000.000
DEPRECIACION	2.500.000	5.000.000	7.500.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	15.500.000	13.000.000	10.500.000
OTROS ACTIVOS	290.000	0	0
TOTAL ACTIVOS	36.453.988	54.629.877	81.843.157
PASIVO			
CUENTAS POR PAGAR	0	0	0
PRESTAMOS	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR	5.934.356	8.197.483	12.039.660
PRESTACIONES SOCIALES			

TOTAL PASIVO	5.934.356	8.197.483	12.039.660
PATRIMONIO			
CAPITAL	19.000.000	19.000.000	19.000.000
UTILIDADES RETENIDAS	0	11.519.632	27.432.393
UTILIDADES DEL EJERCICIO	11.519.632	15.912.761	23.371.104
TOTAL PATRIMONIO	30.519.632	46.432.393	69.803.497
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	36.453.988	54.629.877	81.843.157

(PROPIA, 2017)

Como se puede evidenciar la razón de liquidez se dispone que la empresa es de \$3.48 pesos de activo líquido corriente para cubrir su pasivo corriente, esto indica que por cada peso adeudado la empresa cuenta con \$2.5 pesos de respaldo.

En segunda medida podemos evidenciar que el 16.28% están respaldados por recursos de acreedores, lo que quiere decir que la empresa cuenta con capacidad de endeudamiento sin verse perjudicada.

Al momento de iniciar operaciones se puede ver que la empresa no tiene niveles de endeudamiento lo cual se determina que es favorable para la operación y su viabilidad.

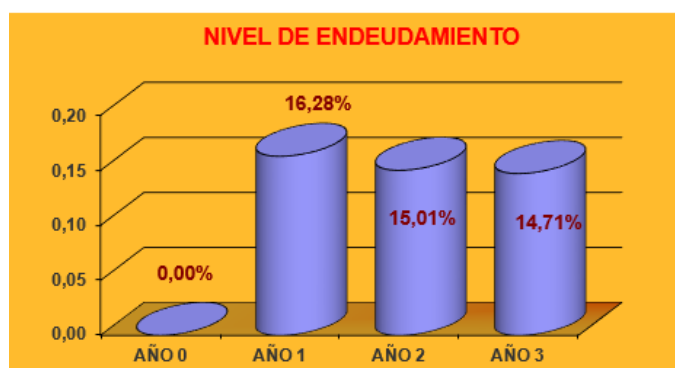
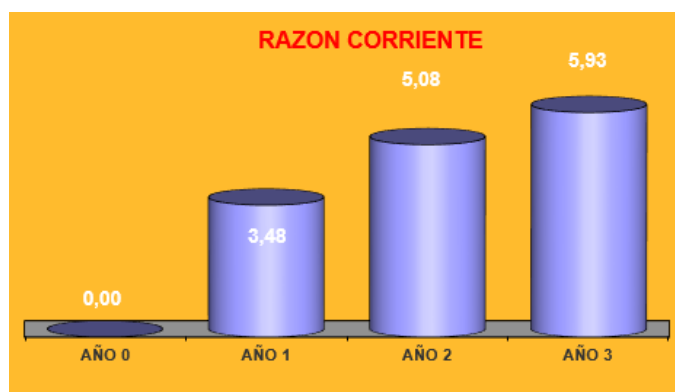


Ilustración 11 indicadores de liquidez

Se puede evidenciar el comportamiento de los indicadores de razón corriente y nivel de endeudamiento con lo cual se puede concluir que bajo los parámetros de este indicador la empresa tiene un comportamiento adecuado.

- Flujo de caja Proyectado

Tabla 13 Flujos de caja proyectados años 1,2 y 3

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERATIVOS			
VENTAS DE CONTADO	127.092.000	140.572.320	155.317.134
VENTAS A 30 DIAS	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS	0	0	0
VENTAS A 90 DIAS	0	0	0
VENTAS A 120 DIAS	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS	0	0	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	127.092.000	140.572.320	155.317.134
EGRESOS OPERATIVOS			
MATERIA PRIMA	38.448.000	40.936.320	43.539.336
GASTOS DE VENTA	1.398.012	1.546.296	1.708.488
MANO DE OBRA VARIABLE	5.340.000	5.685.600	6.047.130
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	0	0	0
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	8.400.000	8.652.000	8.652.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	53.262.000	56.851.860	57.459.416
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	106.848.012	113.672.076	117.406.370
FLUJO NETO OPERATIVO	20.243.988	26.900.244	37.910.764
INGRESOS NO OPERATIVOS			
APORTES			
ACTIVOS FIJOS	18.000.000	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	1.000.000	0	0
FINANCIACION			
ACTIVOS FIJOS	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	19.000.000	0	0
EGRESOS NO OPERATIVOS			
GASTOS PREOPERATIVOS	580.000		
AMORTIZACIONES	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0

IMPUESTOS	0	5.934.356	8.197.483
ACTIVOS DIFERIDOS	0		
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	18.000.000	0	0
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 18.580.000	\$ 5.934.356	\$ 8.197.483
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 420.000	\$ -5.934.356	\$ -8.197.483
FLUJO NETO	\$ 20.663.988	\$ 20.965.889	\$ 29.713.281
+ SALDO INICIAL	\$ 420.000	\$ 20.663.988	\$ 41.629.877
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 20.663.988	\$ 41.629.877	\$ 71.343.157

Se evidencia una TIR de 101,8%. Esto significa que el proyecto arroja un rendimiento del 101,8% promedio al año, justificado en la propuesta de valor del proyecto.

Teniendo en cuenta la tasa de oportunidad establecida correspondiente al 15%, el proyecto genera \$34.000.000 millones de pesos de rendimiento adicionales a la inversión, por lo cual es consecuente dar continuidad al proyecto.

Para la recuperación de la inversión se analizan dos factores sobre el estado de resultados, la inversión es de \$19.000.000. Evidenciando que las utilidades del primer y segundo año son mayores se puede determinar la recuperación de la inversión ocurre en el segundo año.

- Punto de equilibrio

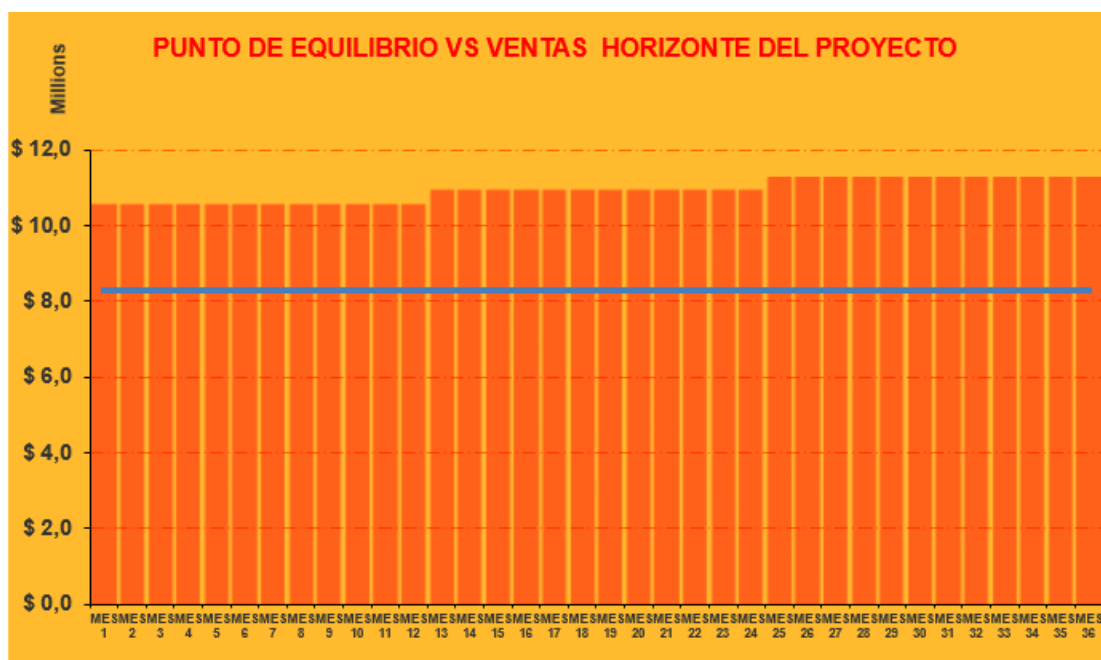


Ilustración 12 Punto de equilibrio vs ventas

Para el punto de equilibrio se determina que la empresa deberá vender 837 unidades al año, y 70 unidades al mes, cifra equivalente en pesos a \$99.558.983 al año y \$8.296.582 al mes respectivamente. Tras hacer un análisis sobre las proyecciones de ventas se precisa que la empresa logra alcanzar en el primer periodo (año) punto de equilibrio.

7. Valoración

Para efectos de valoración empresarial se empleará la matriz DOFA consistente en analizar variables como fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proyecto con el fin de establecer estrategias para cada una de las variables anteriormente mencionadas.

- Matriz DOFA

Nature & Cloth Ind	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	el equipo emprendedor es comprometido, siempre está en busca de la mejora continua, conocimiento de su público objetivo, aprovechamiento de las herramientas idóneas para el desarrollo de la actividad, claridad frente a los objetivos y propuesta de valor desarrollada por la empresa, productos con innovación.	la falta de experiencia dentro del sector, como es una empresa nueva dentro del mercado en un principio su posicionamiento es una debilidad, tiene algunas ineficiencias dentro del marco financiero que podrían mejorar su rendimiento, percepción frente al producto por concepto cultural propio de cierta parte de la población.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
La naturaleza de la propuesta de valor empresarial dentro del mercado, asociación y alianzas estratégicas dentro del sector, mejora dentro de la estructura financiera por medio de relacionamiento con potenciales proveedores, posicionamiento empresarial dado el valor agregado de exclusividad que busca la compañía.	Con la naturaleza de la propuesta de valor de la empresa y el compromiso del equipo emprendedor a través de herramientas idóneas se puede conformar una llave en pro de dar a conocer la oferta de la compañía y así obtener relaciones comerciales que se puedan explotar en virtud del objeto social.	Trabajar fuertemente en el posicionamiento de la compañía con el fin de llegar a conformar posibles alianzas estratégicas y adquirir experiencia dentro del mercado que permitan hacer ajustes.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Todas aquellas implicaciones económicas como cargas impositivas, devaluación monetaria, desaceleraciones, y/o recesiones que pueden influir directamente sobre la compra del producto, así mismo como posibles choques culturales con respecto a la introducción del producto en el mercado.	Desarrollo de planes de contingencia frente a posibles escenarios en los que se contemplen cambios en el ámbito económico, social y cultural.	Apalancarse a través de estrategias como benchmarking con las cuales se busca mitigar la falta de experiencia dentro del mercado y por ende combatir y estar preparados frente a fenómenos que puedan afectar la compañía.

Ilustración 13 Analisis DOFA

Como Se pudo evidenciar en la matriz se pueden analizar puntos críticos que inciden dentro de la empresa y que, a través de las estrategias desarrolladas mediante dicho análisis, se busca combatir y aprovechar todos aquellos factores de fracaso y de éxito respectivamente, para entrar en la sinergia empresarial y cumplir los objetivos propuestos.

8. Anexos

- Formato de entrevista

Buen día.

Mi Nombre es Nicolás Ricardo Quijano Rojas, esta entrevista es con el fin de adelantar trabajo de grado de Uniempresarial el cual consiste en validar una idea de negocio consistente en la comercialización de blazer para dama fabricados con eco telas.

- ¿cuál es su edad?
- ¿a qué se dedica?
- ¿Cuál es su estado civil?
- ¿a qué estrato socioeconómico pertenece?
- ¿Cuántos integrantes conforman su familia?
- ¿Qué hace en sus tiempos libres?
- ¿cuál es su postura frente a problemáticas ambientales como la contaminación?
- ¿Conoce usted algún producto textil hecho de material reciclado?
- ¿Si se le ofreciera dicho producto, lo compraría?
- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por él?

El presente cuestionario fue elaborado con el propósito de validar y levantar información para la idea de negocio y el modelo empresarial.

- Curriculum vitae

NICOLAS RICARDO QUIJANO ROJAS
Dirección: Cr 180 # 12a - 16
Celular: 3186383702
Email: niquiro9211@gmail.com
Cédula: 1.136.884.778 de Bogotá
Bogotá, Colombia



PERFIL

Administrador de empresas con profundización en finanzas y marketing, persona responsable, creativa, con iniciativa y puntualidad, asumo con agrado los retos y metas asignadas; excelentes relaciones interpersonales, facilidad para trabajar en equipo y en condiciones de alta presión, interés por la actualización profesional y aprendizaje continuo.

FORMACIÓN ACADÉMICA

Universitarios:

Fundación universitaria empresarial de la
 Cámara de comercio Bogotá
 UNIEMPRESARIAL
 Administración de Empresas
 Enero 2014- actualidad
 Actualmente proceso de grado

Estudios Secundarios:

Bachiller Académico Con Orientación Militar
 Academia Militar Mariscal Sucre
 Sede Norte
 2005-2010

EXPERIENCIA LABORAL

G|Exponencial consultores

Asistente administrativo

Funciones: Atención al cliente, gestión documental.

Jefe directo: Francisco Perez Calle

2014

Aluminios Recor

Asistente logístico

Funciones: Apoyo en logística de inventarios, control documental.

Jefe directo: Ricardo Garcia

2014-2015

Industria textilera Nerpel

Gestión de calidad

Funciones: Auditar y verificar procesos de calidad en producción, sistematización de procesos, apoyo en el área financiera.

Jefe directo: Ricardo Garcia

2015

REFERENCIAS

Ricardo Garcia

Gerente Aluminios Recor, industria textilera Nerpel

6706403

Fanny Leticia Quijano Bravo

Jubilada como Fiscal Delegada ante Jueces del Circuito

3002105685

Cielo Rojas B.

Independiente

301222340

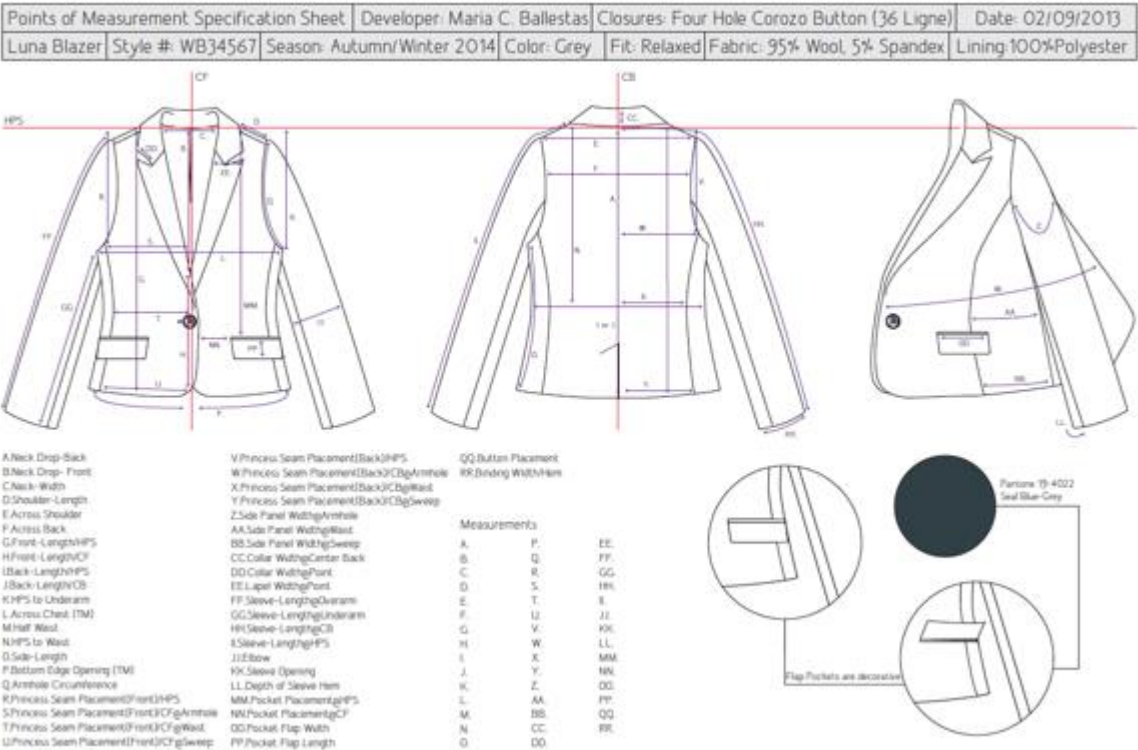
Libia Ines Quijano Bravo

Independiente

3212152322

Nicolas Ricardo Quijano Rojas
c.c 1.136.884.778 Bogota

- Boceto genérico de Blazer



- Acta de constitución

ESTATUTOS BÁSICOS SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Bogotá D.C., 5 de julio de 2017

Por medio del presente documento privado, Yo,

NOMBRE	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
NICOLAS RICARDO QUIJANO ROJAS	Cédula de Ciudadanía	1.136.884.778	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.

Manifiesto con la firma de este documento **mi** voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se regirá por los siguientes estatutos:

CAPÍTULO I

NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 1. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.

La sociedad se denomina **nature & cloth ind** SAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **Bogotá D.C.**. La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 2. OBJETO:

La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil

ARTÍCULO 3. DURACIÓN.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO 4. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ DIGITAR VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES (EN NÚMEROS)
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias

CAPITAL AUTORIZADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
NÚMERO DE ACCIONES AUTORADAS	VALOR TOTAL CAPITAL AUTORIZADO

CAPITAL SUSCRITO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
NÚMERO DE ACCIONES SUSCRITAS	VALOR CAPITAL SUSCRITO

CAPITAL PAGADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
NÚMERO DE ACCIONES PAGADAS	VALOR DEL CAPITAL PAGADO

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

DIRECCIÓN, ADMINISTRACIÓN, REPRESENTACIÓN Y REVISORÍA FISCAL DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, **quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales**

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designara a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV

ESTADOS FINANCIEROS, RESERVAS Y DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO 17. SUJECCIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

ARTÍCULO 18. ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por **SELECCIONE LA CANTIDAD DE ARBITROS** en **SELECCIONE EL TIPO DE ARBITRAJE**, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal, sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

REMISIÓN

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal	SELECCIONE EL TIPO DE REPRESENTANTE LEGAL
Se designa en este cargo a: REDACTAR EL NOMBRE Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL , identificado con la SELECCIONAR EL TIPO DE IDENTIFICACIÓN No. REDACTAR EL NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN de SELECCIONAR EL LUGAR DE EXPEDICIÓN DEL DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN .	
La persona designada como Representante Legal SELECCIONE EL TIPO DE REPRESENTANTE LEGAL MODO DE ACEPTACIÓN DEL CARGO	

Firmas:

NICOLAS RICARDO QUIJANO ROJAS

CC 1136884778

Bibliografía

ANIF. (s.f.). *Asociacion Nacional de Instituciones Financieras*. Obtenido de <http://anif.co/bogota>, c. d. (s.f.).

DANE. (s.f.). *Departamento administrativo nacional de estadística*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/>

DIAN. (s.f.). *direccion de impuestos y aduanas nacionales*. Obtenido de <http://www.dian.gov.co/>

Emprende, B. (2013). P_Lan financiero.

emprende, B. (s.f.). Proyeccion de venta.

fashionnetwork. (s.f.). Obtenido de <http://co.fashionnetwork.com/news/Colombia-la-industria-textil-en-el-T1-2017,837319.html#.Wfa3EWiCyUI>

FUNDES. (s.f.). Obtenido de http://www.siame.gov.co/siame/documentos/Guias_Ambientales/Gu%C3%ADas%20Resoluci%C3%B3n%201023%20del%2028%20de%20julio%20de%202005/INDUSTRIAL%20Y%20MANUFACTURERO/Gu%C3%ADa%20Buenas%20Pr%C3%A1cticas%20Textiles.pdf

PROPIA, f. (2017).

sostenible, M. d. (s.f.). Obtenido de www.minambiente.gov.co

Supersociedades. (s.f.). *super intendencia de sociedades*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/>

sura. (s.f.). manejo de riesgo en el trabajo.

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TÍTULO COMPLETO								
Nature Cloth Incl.								
AUTORES								
Apellidos completos	Nombres completos							
Quirino Rojas	Nicolas Ricardo.							
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO								
Apellidos completos	Nombres completos							
Catumba	Juan Carlos.							
PROGRAMA ACADÉMICO								
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)							
Administración de Empresas.	<table border="1"> <tr> <td>Pregrado</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Especialización</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Maestría</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> </table>		Pregrado	<input type="checkbox"/>	Especialización	<input type="checkbox"/>	Maestría	<input checked="" type="checkbox"/>
Pregrado	<input type="checkbox"/>							
Especialización	<input type="checkbox"/>							
Maestría	<input checked="" type="checkbox"/>							
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS						
Bogotá	2017.	45						
PALABRAS CLAVES								
Español	Inglés							
Supra reciclaje.	Upycling.							
eco telas.	Benchmarking.							
Medio Ambiente.								
RESUMEN (Máximo 250 palabras)								
<p>El objeto social del plan de negocio es el desarrollo de una actividad económica amigable con el medio ambiente, la oferta de nature Cloth ind es la comercialización de blazer para mujer hechos con ecotelas.</p>								

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Nicolas Ricardo Quiroa Rojas. con C.C. N° 113634444.

N° _____

con

C.C.

_____ con C.C. N° _____
actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado),
(presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título
Plan de negocio Nature Cloth Ind.

_____ elaborada para efectos de optar por título. (optar por el título)
(participar en el seminario o evento), de
Administración de Empresas (Programa académico)

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Día, el año 2017 del mes 09 a los 22 días.

FIRMA

Firma *Bayceur* C.C. 1136884778
Firma _____ C.C. _____
Firma _____ C.C. _____